

**Carta Registada
com aviso de recepção**

**Ao
Conselho de Administração do
ICP-Autoridade Nacional de Comunicações
(ANACOM)
Av. José Malhoa, 12
1099-017 Lisboa**

Lisboa, 28 de Setembro de 2005

N/ Ref^o: SM/CMP 28/09/2005

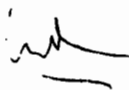
Assunto: Consulta Pública sobre o Objecto e Forma de Disponibilização ao Público das Condições de Oferta e de Utilização de Serviços de Comunicações Electrónicas

Exmos. Senhores,

Na sequência do Lançamento da Consulta Pública sobre o Objecto e Forma de Disponibilização ao Público das Condições de Oferta e de Utilização de Serviços de Comunicações Electrónicas ("Consulta"), vem a Vodafone Portugal – Comunicações Pessoais, S.A. (Vodafone) apresentar os seus comentários, os quais constam do documento anexo à presente carta.

Informamos V. Exas. que os presentes comentários da Vodafone já foram remetidos para o endereço de correio electrónico condicoes.oferta@anacom.pt.

Na expectativa de que estes comentários mereçam a vossa melhor atenção, apresentamos os nossos melhores cumprimentos,



**Carlos Correia
Director de Regulação e Relações com Operadores**

Comentários da Vodafone à Consulta Pública sobre o Objecto e Forma de Disponibilização ao Público das Condições de Oferta e de Utilização de Serviços de Comunicações Electrónicas

I – Considerações Gerais

A clarificação e concretização dos elementos identificados nos artigos 39º, nº 1, alínea b), e 47º, nº 2, do Regime das Comunicações Electrónicas (Regicom) reforçam as garantias de transparência do processo contratual e de tutela dos consumidores.

O êxito da execução destas medidas fica, porém, dependente das mesmas serem adequadas para satisfazer reais necessidades dos clientes e serem exequíveis por parte dos operadores.

Consideramos, assim, na linha do que defendemos na consulta pública lançada em Maio deste ano pelo ICP- ANACOM, sobre o Conteúdo Mínimo a incluir nos Contratos para a Prestação dos Serviços de Comunicações Electrónicas, que o conjunto de informação a disponibilizar pelos operadores deve singir-se ao estritamente necessário para esclarecer os consumidores sobre a oferta de um determinado operador.

Por outro lado, a intervenção do ICP-ANACOM, também nesta matéria, deve ser pautada por princípios de razoabilidade e proporcionalidade, não devendo o Regulador intervir onde o normal funcionamento do mercado é capaz de prosseguir os objectivos de Regulação identificados no nº 1 do artigo 5º do Regicom.

Aliás, reiterando o que já tivemos oportunidade de referir na resposta da Vodafone à consulta acima referida, estamos em crer que a informação em excesso comprometerá o propósito de esclarecer os consumidores sobre a oferta dos operadores, porquanto poderá provocar nestes mesmos consumidores o desinteresse pela leitura e pelo conhecimento das condições oferecidas, efeitos diametralmente opostos aos que o ICP-ANACOM se propõe assegurar.

Esta questão reveste-se, ainda, de maior relevo se atentarmos ao facto de que a maioria dos operadores tem uma oferta múltipla de serviços e, portanto, a divulgação da informação prevista nesta consulta implicará a publicitação de um volume significativo de papel, o que poderá não só trazer problemas logísticos aos operadores, como também pôr em causa o interesse do consumidor por aquela informação¹.

A informação sobre a oferta da Vodafone é hoje divulgada em diversos suportes informativos, não só em brochuras sobre temas específicos, mas também no Serviço de Apoio a Clientes, na internet e disponibilizada pelos operadores a pedido do público, tendo, até à data, este modo de divulgação da oferta respondido cabalmente às necessidades do público.

De referir, ainda, que a quase totalidade da informação identificada nesta Consulta será divulgada na proposta de contrato, a qual, por sua vez, deverá também ser publicitada ao abrigo do disposto no artigo 47º do Regicom, o que, como se compreende, determinará uma desnecessária duplicação de informação a prestar ao público ou mesmo triplicação, dado que esta mesma proposta deverá ser divulgada ao Cliente na fase da celebração do contrato.

Entendemos, por isso, que, neste particular, deverá ser feita uma distinção entre, por um lado, a informação que é essencial e determinante para o público em momento anterior à fase de celebração do contrato, pois pode influir decisivamente na formação da sua vontade de contratar e, por outro, aquela que não irá condicionar a determinação do consumidor em avançar para a fase contratual, podendo assim ser divulgada numa fase posterior.

Nesta última categoria de informação, podemos destacar a informação sobre o acesso ininterrupto e gratuito ao número único de emergência europeu², informação sobre as consequências em termos de transparência tarifária para os futuros chamadores do

¹ Esta preocupação assume maior importância se pensarmos nos agentes que representam diversos operadores.

² Cujas disponibilizações ao cliente na fase contratual são obrigatórias por lei e, por isso, serão obrigatoriamente facultadas por todos os operadores de serviço telefónico, não sendo, assim, um factor diferenciador da oferta destes operadores.

cliente no caso de portabilidade do número,³ informação sobre o local onde se pode encontrar a versão actualizada do contrato, informação relativa à obrigação de garantir ao assinante o acesso a chamadas que não impliquem o pagamento durante o período de suspensão do serviço, informação relativa ao procedimento interno de resolução de reclamações⁴, informação sobre os modos de pagamento das facturas⁵, etc.

Nesta linha de entendimento, tanto a informação divulgada através do Serviço de Atendimento a Clientes⁶, das facturas de comunicações, do próprio contrato de prestação de serviços de comunicações electrónicas e das brochuras e folhetos informativos actualmente disponibilizados nas lojas, garantirá o cumprimento do dever de informação, a que se encontram adstritos todos os prestadores de serviços.

Sem prejuízo do que se disse anteriormente, de seguida apresentaremos os nossos comentários ao documento objecto da presente Consulta, salientando os aspectos que nos oferecem mais reservas e preocupações.

A. Serviços telefónicos (móveis e fixos) acessíveis ao público – Informação a publicitar e disponibilizar

De forma a facilitar a compreensão dos nossos comentários, optámos por seguir a numeração constante do documento em consulta. A citação dos pontos enumerados na Consulta, encontra-se em itálico.

b) Serviços oferecidos

(iii) Área geográfica de cobertura, incluindo, no caso dos serviços telefónicos móveis informação por concelho sobre as áreas de sombra (outdoor e indoor) e de comunicações irregulares em que não é possível garantir a sua utilização eficaz, bem como a forma de obtenção de informação permanentemente actualizada sobre as mesmas;

³ *Ibidem*

⁴ *Ibidem*

⁵ Não consta do artigo 47º do Regicom.

⁶ Serviço de atendimento permanente.

No que diz respeito à disponibilização das áreas geográficas de cobertura dos operadores móveis em suporte de papel, reiteramos e remetemo-nos para as preocupações que tivemos oportunidade de manifestar em sede de resposta à consulta sobre os elementos mínimos a constar dos contratos para a prestação de serviços de comunicações electrónicas.

Com efeito, a disponibilização das áreas geográficas de cobertura dos operadores móveis por escrito, ainda que com referência a um concelho, não se afigura viável, na medida em que, dada a frequência da implementação e optimizações das estações de base, em particular no que respeita à cobertura UMTS, seria necessário proceder à actualização desses mapas numa base quase diária o que, do ponto de vista prático e de custos envolvidos, seria manifestamente impraticável.

Por outro lado, como também já tivemos oportunidade de referir, o rigor e detalhe da informação que seria possível disponibilizar em suporte de papel só por si impediriam o operador ou os seus representantes de garantir a cobertura em locais específicos *outdoor* ou *indoor*.

Face ao que acima se deixou dito, e tendo também presente a Deliberação do ICP-ANACOM sobre os elementos mínimos a incluir nos contratos para a prestação de serviços de comunicações electrónicas, que veio permitir a remissão para o local onde pode ser encontrada informação actualizada sobre cobertura, entendemos que será suficiente informar o público que poderá ter acesso à informação sobre cobertura ligando para o Serviço de Atendimento ao Cliente (16912).

iv) Níveis de qualidade de serviço oferecidos – informação relativa aos níveis de qualidade que o prestador de serviço se compromete a assegurar perante o Cliente, ou seja os níveis mínimos de qualidade de serviço a contratar com o cliente e cuja violação determinará que lhe seja paga uma indemnização ou reembolso;

A informação constante deste ponto não é exigida pelo artigo 47^a do Regicom, pelo que, tendo presente as considerações sobre a extensão da informação a publicitar que acima tecemos, deve ser eliminada da deliberação final do ICP-ANACOM que vier a ser emitida na sequência da presente Consulta.

Sem prejuízo do acima exposto, entendemos que só faria sentido publicitar níveis de qualidade, se os mesmos fossem medidos de forma igual por todos os operadores, garantido, assim, que as informações a que os consumidores teriam acesso seriam directamente comparáveis.

c) Preços normais, abrangendo o acesso a todos os tipos de encargos relativos à utilização e manutenção, bem como informações detalhadas sobre os descontos normais aplicados e sistemas tarifários especiais.

ii) Modalidades de pagamentos dos serviços

Conforme já tivemos oportunidade de referir, a informação sobre as modalidades de pagamentos dos serviços não é exigida nos termos do artigo 47^o do Regicom, nem constitui, em nosso entender, uma informação relevante que influa decisivamente na formação da vontade do público em contratar.

Por este motivo, e tendo igualmente presente quer o disposto na Deliberação da ANACOM sobre os elementos mínimos a constar dos contratos para a prestação de serviços de comunicações electrónicas, quer as já aludidas preocupações sobre a extensão da informação a publicitar e divulgar por escrito nas lojas e agentes, entendemos que esta informação não deverá ser divulgada ao público ao abrigo do artigo 47^o do Regicom.

vii) Condições de atribuição de descontos e de crédito.

Pese embora o artigo 47^o do Regicom estabeleça expressamente que devem ser divulgadas ao público informações sobre os descontos normais aplicáveis, entendemos que será muito difícil aos operadores dar a conhecer ao público o seu regime de descontos, uma vez que este assenta numa avaliação caso a caso e está directamente

dependente da análise de um conjunto de factores, dos quais se destacam o número de cartões a subscrever, o volume de facturação e os investimentos em soluções técnicas específicas necessárias à prestação do serviço.

Por outro lado, os descontos normalmente praticados pelos operadores, à excepção das campanhas ocasionalmente divulgadas para a generalidade dos clientes, aplicam-se, principalmente, ao segmento empresarial, para o qual existe uma equipa de vendedores especialmente dedicada que, após ter obtido os elementos necessários, apresenta uma proposta ao potencial cliente.

Desta forma, e de modo a dar cumprimento ao disposto no Regicom, entendemos que a informação a divulgar sobre este ponto se deve limitar a informar o cliente que para obter informação sobre as condições de aplicação de descontos deverá consultar o operador.

x) Forma e/ou local onde pode ser obtida informação actualizada sobre os preços;

Ao contrário do estabelecido no artigo 48º do Regicom, o artigo 47º deste diploma não se refere à publicitação ao público sobre a forma e/ou local onde pode ser obtida informação actualizada sobre os preços.

Nestes termos, e na linha do que temos vindo a defender, entendemos que esta informação não deverá ser divulgada ao público ao abrigo do artigo 47º do Regicom, tanto mais que irá constar do contrato e as novas tarifas serão, nos termos do Regicom, obrigatoriamente comunicadas aos clientes com 30 dias de antecedência sobre a data da sua entrada em vigor.

xi) Consequências em termos de transparência tarifária para os futuros chamadores do cliente, no caso de este, ao contratar o serviço, proceder também à portabilidade dos números;

Como já tivemos oportunidade de referir na resposta à consulta sobre os elementos mínimos a constar do contrato para a prestação de serviços de comunicações electrónicas, a informação constante deste ponto é destinada aos chamadores e não ao

público ao abrigo do artigo 47º do Regicom.

f) Condições contratuais típicas

Nos termos do artigo 47º do Regicom, os operadores são obrigados a disponibilizar ao público, em especial aos consumidores, informações transparentes e actualizadas sobre os preços aplicáveis e os termos e condições habituais em matéria de acesso aos serviços telefónicos oferecidos. Por sua vez, estas condições devem também ser divulgadas, nos termos do artigo 48º, aos consumidores na fase contratual.

Do confronto dos elementos a divulgar ao abrigo do disposto naqueles dois artigos, e tendo presente que as próprias condições contratuais devem ser divulgadas no âmbito do artigo 47º, somos levados a concluir que a informação a apresentar ao público estará na sua quase totalidade duplicada no mesmo suporte escrito.

De forma a evitar esta duplicação de informação, mas garantindo simultaneamente que os consumidores têm acesso à informação prevista no artigo 47º do Regicom, somos de opinião que as condições contratuais típicas devem ser disponibilizadas ao público a seu pedido, sendo feita menção da disponibilidade desta informação, a rogo do interessado, nos elementos a divulgar ao abrigo daquele artigo.

g) Mecanismos de resolução de litígios, incluindo os criados pela empresa que oferece o serviço

iii) Prazo máximo dentro do qual a empresa deve acusar a recepção da reclamação;

Esta informação, pelas mesmas razões que foram identificadas da deliberação do ICP-ANACOM sobre os elementos mínimos a constar do contrato para a prestação de

serviços de comunicações electrónicas, para onde nos remetemos, deverá ser eliminado do conjunto de informação a publicitar ao abrigo do artigo 47º do Regicom.

B) Outros serviços de comunicações electrónicas acessíveis ao público – Informação a publicitar e disponibilizar

Dada a identidade da informação prevista nesta secção com a prevista na secção anterior, reproduzimos nesta sede os comentários ali tecidos.

C) Forma de publicitação e divulgação das informações

Entende o ICP-ANACOM que as informações previstas nas secções A e B devem ser publicitadas e divulgadas de modo claro e em local visível, por escrito, nos estabelecimentos comerciais dos prestadores, dos seus agentes e nos respectivos sítios da Internet.

Considera, ainda, o ICP-ANACOM que aquelas informações devem também ser facultadas aos consumidores, em suporte escrito e a título gratuito, em todos os pontos de venda do serviço e quando a contratação do serviço pressuponha a compra de uma embalagem (Kit/Pacote) em superfícies comerciais, a informação prevista nos números anteriores deve ser disponibilizada na parte exterior da embalagem.

Cabe, em primeiro lugar, salientar que a informação a divulgar nos termos do artigo 47º do Regicom tem o propósito de esclarecer, de uma forma genérica, o público em geral sobre a oferta de cada operador.

Esta informação é hoje prestada pela Vodafone através da disponibilização de diversos folhetos e brochuras informativos nas lojas e agentes e no site da Vodafone na Internet, estando também disponível no serviço de atendimento a clientes, que divulga informação sobre a totalidade da oferta da Vodafone.

Por outro lado, as condições contratuais estão disponíveis nas lojas e através do serviço de apoio a clientes, podendo ser facultadas a qualquer interessado a seu pedido.

Em nosso entender, a actual forma de disponibilização ao público de informações transparentes e actualizadas sobre a oferta comercial da Vodafone satisfaz as reais necessidades dos consumidores, não se justificando, neste particular, a imposição de medidas adicionais que, como acima referimos, para além das dificuldades na sua implementação, determinarão o desinteresse do consumidor pela leitura e compreensão dessas informações.

Já no que concerne à compra de uma embalagem (Kit/Pacote) em superfícies comerciais, a proposta do ICP-ANACOM afigura-se manifestamente impraticável, porquanto, dado o volume de informação identificado na presente Consulta, não seria possível disponibilizá-la na parte exterior da embalagem.

Actualmente, é possível visualizar nos KIT da Vodafone o plano tarifário associado e os serviços suplementares, estando também disponíveis nestas superfícies comerciais um suporte metálico onde o cliente pode recolher brochuras e folhetos sobre a oferta da Vodafone.

Salientamos que, os referidos “Kits”, quando incluam equipamentos, revestem a forma de cubos de reduzida dimensão e quando o cartão telefónico é vendido em singelo ao clientes é envolto num pequeno envelope ou numa cápsula, também ela de dimensões muito reduzidas.

Resulta assim evidente, que será manifestamente irrealista querer disponibilizar na parte exterior da embalagem/envelope o elenco de informações identificadas nesta Consulta, e muito particularmente as condições contratuais e a cobertura geográfica.

Por outro lado, estamos convictos que raros consumidores terão predisposição para num hipermercado, por exemplo, ler atentamente toda a informação que se pretende inserir no exterior da embalagem do produto e que versará sobre a totalidade da oferta do operador para esse serviço.

Consideramos que neste caso, o significativo volume de informação e as circunstâncias em que esta compra/venda é efectuada farão fracassar os propósitos de assegurar que o cliente seja informado sobre a oferta do operador.

Conforme refere o Prof. Pinto Monteiro⁷ “(...) **por falta de tempo (como será o caso das compras nas superfícies comerciais⁸), e/ou de preparação técnica, por resignação, conformismo ou porque tem consciência de que pouco ou nada lhe adianta, o consumidor não lê ou não se interessa em conhecer em pormenor as condições do contrato “[destacado nosso].**

Face ao exposto, consideramos que nos designados “Kits ou Pacotes” se insira apenas uma referência na parte exterior da embalagem a dar conta dos locais onde a informação sobre a oferta do operador pode ser consultada, designadamente no site da internet dos operadores, no serviço de atendimento ao cliente ou nos ditos suportes metálicos.

Cumpra a este propósito referir, que a internet (dada a sua natureza dinâmica e a sua capacidade de actualização permanente) é hoje um veículo adequado à comunicação de informação e que o serviço de atendimento a clientes, pela formação específica que possui, está em condições de informar cabalmente os clientes, por vezes de uma forma mais satisfatória do que um manual ou compêndio de informações que é deixado à sua disposição.

Recordamos, a este propósito, que sobre o cliente recai também um mediano dever de diligência, devendo este procurar informar-se, utilizando todos os meios de comunicação que lhe são facultados pelo agente económico, de molde a tomar a sua decisão de contratar de forma livre e esclarecida.

⁷ O Novo regime jurídico dos contratos de adesão”, in Revista da Ordem dos Advogados, Ano 62, Lisboa, Janeiro de 2002

⁸ Comentário nosso